

AVALIAÇÃO DE FLUXOS TURÍSTICOS: UMA PROPOSTA DE *PROXY* DO DESEMPENHO

Paulo Águas
Jorge Costa
Paulo Rita

RESUMO

No âmbito do desenvolvimento de um modelo para avaliação de segmentos de mercado prioritários em turismo, apresenta-se uma proposta de *proxy* do desempenho, numa escala cujos registos não dependem da magnitude dos objectos. O índice de dormidas *per capita*, testado no contexto da união europeia, ainda a 15 estados membros, revela as características pretendidas. Para além disso, procede-se à avaliação do crescimento e das posições relativas dos destinos e das origens, ao estudo da evolução da dispersão relativa dos desempenhos, à análise da tendência e à identificação do sentido da convergência dos fluxos turísticos no seio da união europeia.

PALAVRAS CHAVES: turismo, desempenho, avaliação de fluxos turísticos, União Europeia

ABSTRACT

In order to identify the market targets in tourism it is presented a new proxy to assess the tourist flows. The proxy is a component of a model under construction, and uses a scale where the values do not depend on market dimension. The index number of roomnights *per capita* was tested for eu15 member states and reveals the desired characteristics. In this paper the growth rate and the relative positions of both the destinations and generating countries was assessed, as well as the evolution of the relative performance dispersion, the trend analysis and also the identification of the convergence sign of the touristic flows in the eu15.

KEY WORDS: tourism, performance, assessment of touristic flows, European Union

1. INTRODUÇÃO

A avaliação sistemática dos mercados constitui um pré-requisito para as decisões de afectação de recursos de marketing dos destinos turísticos aos países emissores. Não obstante essa necessidade, é reduzida a pesquisa efectuada para a avaliação da viabilidade dos segmentos de mercado, assim como para a identificação dos alvos prioritários. A investigação realizada tem privilegiado a utilização de modelos aditivos (ex.: Loker e Perdue, 1992; Wynegar, 1994) e multiplicativos (ex.: Mazanec, 1986a; Rita, 1996), assim como a análise de portfolio (ex.: Henshall e Roberts, 1985; Calantone Mazanec, 1991). Nalguns casos, nomeadamente nos modelos aditivos e multiplicativos, a pesquisa tem sido efectuada sem que se proceda à definição do desempenho.

Com o objectivo de contribuir com novos instrumentos de análise, está em curso um processo de investigação conducente ao desenvolvimento de um modelo para identificação dos segmentos de mercado prioritários em turismo, no qual a definição e estudo do desempenho assume um papel central.

Esta comunicação tem por objecto os trabalhos já desenvolvidos relativos à proposta de *proxy* do desempenho e respectiva operacionalização. Após um conjunto de considerações sobre a avaliação de fluxos turísticos e um olhar crítico sobre os indicadores de desempenho mais generalizados, procura-se dar resposta à seguinte pergunta de partida “É possível expressar a *proxy* do desempenho numa escala cuja magnitude dos registos não depende da dimensão do objecto?”.

2. AVALIAÇÃO DE FLUXOS TURÍSTICOS

O *targeting* é a etapa do processo de segmentação que tem merecido menos atenção por parte dos investigadores e que, consequentemente, necessita de maiores aprofundamentos (Sarabia, 1996). O *targeting* constitui a etapa das escolhas, onde as organizações optam por dar prioridade a determinados segmentos de mercado, em detrimento dos demais (Simkin e Dibb, 1998). A identificação dos alvos prioritários, actividade subjacente ao *targeting*, tem como pré-requisito a avaliação dos segmentos de mercado.

A análise de *portfolio* tem vindo a ser utilizada como instrumento para o estudo da carteira de segmentos de mercado, nomeadamente de destinos turísticos (ex.: Henshall e Roberts, 1985; Mazanec, 1986b; Papadopoulos, 1989; Calantone e Mazanec, 1991; Mazanec, 1995; McKercher, 1995; Zins, 1999). O principal objectivo é a identificação dos segmentos de mercado com maior potencial. Em nenhum caso a variável de desempenho é ajustada à natureza do objecto. De facto, ao contrário de muitas outras situações, a utilização de variáveis de desempenho em termos absolutos não se afigura o mais aconselhável dado que o volume total é condicionado pela dimensão do território e, sobretudo, pelo número de habitantes. Ou seja, para um determinado nível de desenvolvimento sócio-económico, os grandes países, em termos de território e do número de habitantes, terão, tendencialmente, valores absolutos mais elevados.

Taylor *et al.* (1992), num estudo sobre os principais mercados emissores de fluxos turísticos para a Escócia, utilizam como variável de desempenho o número de visitantes. Para responder à questão: “Porque é que o turismo na Irlanda registou na última década um desempenho significativamente melhor do que no Reino Unido?”, Nevin (1995) apresenta e analisa os seguintes indicadores:

- Número de visitantes por:
 - motivo da viagem;
 - país de origem.
- Receitas turísticas por país de origem.
- Fluxos internacionais *versus* fluxos domésticos.
- Percepções dos turistas sobre a relação preço-qualidade¹⁰.

As vendas potenciais constituíam um indicador chave para avaliar mercados muito antes da análise de *portfolio* ou do modelo de atractividade da indústria¹¹ se terem transformado em instrumentos correntes no planeamento estratégico (Mazanec, 1986b). Em turismo, as chegadas internacionais às fronteiras, as dormidas e as receitas

¹⁰ *Value for the money.*

¹¹ Também designado por modelo das 5 forças de Porter.

constituem *proxys* das vendas, podendo ser utilizadas para medir a importância relativa dos mercados (McKercher, 1995).

Devido a diferenças na produção de estatísticas, as dormidas constituem o melhor indicador. Por exemplo, o número de chegadas internacionais às fronteiras, tal como indicado no quadro 1, nem sempre resulta da mesma variável. Dado que nem todos os países têm registos disponíveis do número de turistas entrados, a OMT, com o objectivo de construir um *ranking* à escala mundial, aceita outras variáveis como indicadores dos fluxos turísticos internacionais, nomeadamente o número de visitantes internacionais e as chegadas de não residentes aos meios de alojamento colectivos (hóspedes). Esta circunstância fragiliza o *ranking*, pois pode adulterar posições relativas.

Deliberadamente, o quadro 1 lista 21 países, quando o mais comum é a apresentação dos 10 ou dos 20 primeiros. Esta foi a forma encontrada de explicitar o problema da não comparabilidade das variáveis utilizadas, pois permitiu a inclusão da Rússia. Como se pode verificar, a Rússia desce da 7.ª posição, em 2000, para a 21.ª, em 2002. Trata-se de uma falsa hecatombe, pois a causa para tão abrupta quebra não resulta de eventuais alterações na magnitude dos fluxos turísticos internacionais, mas na mudança de variável, de visitantes, em 2000, para turistas em 2002. Por definição, o número de visitantes é igual ao número de turistas (os que pernoitam) mais o número de excursionistas (os que não pernoitam), pelo que apenas em situações extremas (número de excursionistas igual a zero) o número de visitantes é igual ao número de turistas. O caso da Rússia é ilustrativo das diferenças existentes entre o número de visitantes (21,1 milhões, em 2000) e o número de turistas (7,9 milhões, em 2002).

Em 2002, três países do TOP 20, Reino Unido, Hong-Kong e Hungria, continuam a disponibilizar o registo da variável número de visitantes. No caso da Hungria o valor considerado corresponde a metade do número de visitantes. Porém, não há nenhuma regra que defina uma proporção padrão entre o número de visitantes e o número de turistas. No caso do Reino Unido e de Hong-Kong a única certeza é que, pelas razões já anteriormente expostas, o registo apresenta-se sobreavaliado quando comparado com os países que disponibilizam o número de turistas.

Relativamente à variável número de hóspedes em meios de alojamento colectivo, disponibilizada pela Alemanha, Áustria e Holanda, não é inequívoco o sinal, maior ou menor, da relação com o número de turistas internacionais. Se, por um lado, um turista internacional pode dar origem a mais do que um hóspede, bastando para tal que utilize mais do que uma unidade de alojamento colectivo durante o seu período de permanência no país de destino, por outro lado, pode não dar origem a qualquer hóspede desde que permaneça em formas de alojamento privado (ex.: casa de familiares e amigos, residência secundária ou alojamento alugado a particulares). Assim, a probabilidade do número de hóspedes ser superior ao número de turistas aumenta com a mobilidade do turista no território visitado (com pernoitas em locais distintos) e com a utilização de formas de alojamento colectivo. Em Portugal, em 2001, o número de hóspedes não residentes foi de 6,0 milhões, representando pouco menos de metade dos 12,2 milhões de turistas internacionais (INE, 2002).

Posição 2002	País	2002 10³	2000 10³	1995 10³	1990 10³
1	França (1)	77 012	75 500	60 033	52 497
2	Espanha (1)	51 748	48 201	34 917	34 085
3	Estados Unidos (1)	41 892	50 891	43 317	39 363
4	Itália (1)	39 799	41 182	31 052	26 679

CITIES IN COMPETITION

5	China (1)	36 803	31 229	20 034	10 484
6	Reino Unido (2)	24 180	25 191	23 537	18 013
7	Canadá (1)	20 057	20 423	16 932	15 209
8	México (1)	19 667	20 643	20 241	17 176
9	Áustria (3)	18 611	17 982	17 173	19 011
10	Alemanha (3)	17 969	18 983	14 847	17 045
11	Hong-Kong (2)	16 566	13 059	10 200	6 581
12	Hungria (4)	15 870	15 571	19 620	20 510
13	Grécia (1)	14 180	12 500	10 130	8 873
14	Polónia (1)	13 980	17 400	19 215	3 400
15	Malásia (1)	13 292	10 222	7 469	7 446
16	Turquia (1)	12 782	9 587	7 083	4 799
17	Portugal (1)	11 666	12 037	9 511	8 020
18	Tailândia (1)	10 873	9 509	6 952	5 299
19	Suíça (1)	10 000	11 400	11 500	13 200
20	Holanda (3)	9 595	10 200	6 574	5 795
21	Rússia (5)	7 943	21 169	10 290	n.d.

(1) Turistas; (2) Visitantes; (3) Hóspedes; (4) Visitantes/2; (5) Visitantes em 1995 e 2000 e Turistas em 2002.

Fonte: WTO (2003a,b)

Quadro 1: Chegadas Internacionais às Fronteiras por Países

Pelo anteriormente exposto, em análises que exijam a comparação entre vários países, a utilização das chegadas internacionais só deverá ocorrer se os valores tiverem origem na mesma variável. Para além do problema associado à medição dos fluxos turísticos internacionais através de diferentes variáveis que não são comparáveis, um *ranking* com estas características subavalia os países periféricos, como por exemplo Portugal, Grécia e Turquia, em favor dos países centrais, tais como a Áustria, a Suíça, a Hungria, a Polónia, a França e a Alemanha, entre outros. Mas também em países periféricos os números têm que ser lidos com muito cuidado, pois o mesmo valor pode encerrar realidades distintas. Um dos casos mais paradigmáticos é o de Portugal e Grécia. Por exemplo, em 2000, o número de chegadas internacionais é muito próximo, mas as similaridades ficam por aí. De facto, enquanto para Portugal aproximadamente metade dos fluxos têm origem na vizinha Espanha, o mesmo não acontece com a Grécia em relação à Albânia, Macedónia, Bulgária e Turquia. A consequência desta situação é que a Grécia recebe uma maior proporção de turistas de origens mais distantes, os quais efectuam permanências mais longas. Por exemplo, em 2000, as dormidas de não residentes em estabelecimentos hoteleiros e similares na Grécia foi de 46,6 milhões, quedando-se em Portugal por 24,1 milhões (Eurostat, 2004).

Ao nível das receitas turísticas internacionais, cuja estatística oficial integra a balança de pagamentos, o problema reside na não ventilação dos dados por tipo de visitante (turista e excursionista). A partir das receitas e das chegadas internacionais às fronteiras pode haver o impulso de calcular o valor das receitas por chegada, a própria OMT apresenta valores por regiões (WTO, 2003b). O indicador receita por chegada pode ser útil para avaliar a capacidade que os destinos têm para captar fluxos económicos. Porém, os dados de base disponíveis não aconselham o seu cálculo. Por um lado, as chegadas nem sempre são avaliadas através da mesma variável, por outro lado, as receitas incluem os gastos dos turistas e dos excursionistas. Assim, estão criadas as condições para a obtenção de valores que não são comparáveis.

Relativamente aos gastos turísticos internacionais *per capita* verifica-se, naturalmente, uma relação com a dimensão territorial dos países. Assim, nos países de menor dimensão, não periféricos, os residentes realizam com maior intensidade viagens para o estrangeiro, pela simples razão de ser mais perto, o que faz com que os gastos turísticos internacionais *per capita* sejam mais elevados. Por exemplo, admitindo que os residentes da França e da Áustria realizam igual número de viagens *per capita* percorrendo idênticas distâncias médias a partir do local de residência habitual, no segundo caso (Áustria) uma maior percentagem dará origem a fluxos turísticos internacionais, apenas, e tão só, por se tratar de um país de menor dimensão territorial.

As reservas colocadas à utilização das variáveis chegadas internacionais às fronteiras e receitas turísticas internacionais como *proxys* das vendas aplicam-se apenas a estudos *cross-section*. Nos estudos *time series* não há qualquer restrição à sua utilização, desde que os valores das séries sejam obtidos a partir da mesma metodologia.

De facto, vários autores recorrem quer às chegadas internacionais às fronteiras quer às receitas turísticas internacionais no processo de avaliação de mercados. Por exemplo, Rita (1996) sustenta que relacionando proveitos com investimentos de comunicação realiza-se, implicitamente, uma avaliação da atractividade do mercado, embora reconheça que estudos econométricos têm mostrado que a promoção turística, isoladamente, não consegue explicar as receitas turísticas de um país.

O mercado turístico, definido por Perdue (1996: 39) como o “conjunto de todos os turistas actuais e potenciais oriundos de um local geográfico específico para um determinado destino”, é muito vasto e diverso sendo necessário identificar e decidir quais são os segmentos de mercado mais atractivos para cada produto turístico e definir o modo como vão ser abordados esses segmentos, nomeadamente no que respeita ao *marketing-mix*. Ao nível dos conceitos, Mazanec (1986a) apresenta uma contribuição muito significativa ao distinguir entre o volume do mercado turístico total e o volume do mercado turístico relevante. O volume do mercado turístico total é definido como o número total de dormidas, domésticas e internacionais, produzidas pelos residentes de um país. O volume do mercado turístico relevante é um subconjunto do volume do mercado turístico total, sendo constituído pelas dormidas num conjunto de países considerados concorrentes.

Por exemplo, o volume do mercado turístico total da Alemanha é o número total de dormidas de residentes na Alemanha realizadas no próprio país (doméstico) e no estrangeiro (internacional). Mas no caso de um determinado destino, por exemplo Portugal, o que se torna relevante analisar é o número total de dormidas de residentes na Alemanha num conjunto de países considerados concorrentes, nomeadamente Espanha, Grécia, Itália e França¹². Para uma determinada origem é possível estabelecer um único mercado turístico total mas vários mercados turísticos relevantes, que não são necessariamente mutuamente exclusivos¹³.

3. PERGUNTA DE PARTIDA E OBJECTIVOS

A investigação que se desenvolve decorre da seguinte pergunta de partida: “É possível expressar a *proxy* do desempenho numa escala cuja magnitude dos registos não depende da dimensão do objecto?” Para além da resposta à pergunta de partida, a investigação prossegue os seguintes objectivos:

¹² Um estudo de opinião realizado no Aeroporto de Faro, em 1998, nos períodos da Páscoa (Março/Abril) e do Verão (Julho/Agosto), a uma amostra de 1 911 turistas alemães, permitiu identificar a Espanha (35,2%), a Grécia (17,6%), a Itália (6,6%) e a França (6,3%) como os principais destinos alternativos face a uma hipotética impossibilidade de viajar para o Algarve (Águas *et al.*, 1998).

¹³ Admite-se que os concorrentes considerados dependam das origens em análise.

- Objectivo 1: Avaliação do crescimento e das posições relativas das dormidas registadas (destinos) e geradas (origens) nos Estados Membros da UE-15¹⁴.
- Objectivo 2: Estudo da evolução da dispersão relativa dos desempenhos dos Estados Membros da UE-15, enquanto destinos e enquanto origens.
- Objectivo 3: Identificação do sentido da convergência/divergência nos fluxos turísticos entre os Estados Membros da UE-15.
- Objectivo 4: Análise da tendência do desempenho dos Estados Membros da UE-15, enquanto destinos e enquanto origens.

4. DEFINIÇÃO E OPERACIONALIZAÇÃO DA VARIÁVEL DESEMPENHO NO CONTEXTO DE DESENVOLVIMENTO DE UM MODELO PARA AVALIAÇÃO DE SEGMENTOS DE MERCADO PRIORITÁRIOS

Os conteúdos que de seguida se apresentam constituem uma das componentes de um modelo para avaliação dos segmentos de prioritários que se alicerça em cinco eixos: Desempenho; Agrupamento dos Segmentos de Mercado; Agrupamento dos Destinos; Caracterização dos Segmentos de Mercado e dos Destinos; Classificação dos Segmentos de Mercado.

A selecção da *proxy* do desempenho pode depender do objecto de estudo. De qualquer modo, deverá sempre permitir avaliar, em termos gerais, os resultados atingidos pelo destino no conjunto de segmentos em análise e os resultados gerados pelo segmento para o conjunto de destinos em estudo. Constituem potenciais *proxies*: Número de visitantes; Número de turistas; Número de dormidas; e Receitas/Gastos.

Tal como referido anteriormente, as variáveis não devem ser expressas em valores absolutos. Numa primeira fase, os valores absolutos devem ser transformados em valores *per capita* (valores relativos), tendo como referência a população residente (número de habitantes) do destino/origem em análise. Por fim, procede-se à sua conversão num número índice, tendo como referência o valor *per capita* do universo em estudo (conjunto de segmentos de mercado e de destinos).

$$ID_i = \frac{D_i / P_i}{\sum_{i=1}^{15} \frac{D_i}{P_i}} * 100$$

em que:

ID_i é o índice da *proxy per capita* para o país emissor/receptor i

D_i é o valor absoluto da *proxy* registado/gerado no país i

P_i é o número de habitantes no país i

Para além da aferição do nível de desempenho num determinado momento deve ser avaliada a sua evolução recente. Essa avaliação pode ser efectuada através da análise da tendência da *proxy* do desempenho, o que exige a disponibilidade de uma série cronológica.

¹⁴ Os dados utilizados são relativos a um período em que a União Europeia era constituída por 15 Estados Membros.

5. DESEMPENHO DOS DESTINOS E DOS SEGMENTOS DE MERCADO NA UE-15

Do conjunto de variáveis disponíveis pela Directiva Comunitária 95/57/CE, de 23 de Novembro de 1995 (Conselho Europeu, 1995), relativa à recolha de informações estatísticas no sector turismo, recorre-se às dormidas nos estabelecimentos hoteleiros e similares como *proxy* do desempenho. A Directiva Comunitária 95/57/CE apenas obriga os Estados Membros à recolha de dados relativos ao alojamento turístico colectivo. De entre estes, a opção pelos estabelecimentos hoteleiros e similares é justificada pelo facto de constituírem a sub-categoria de maior importância do alojamento turístico colectivo e de apresentarem o grau de comparabilidade mais elevado em termos de características da oferta entre os vários Estados Membros.

Os dados que se seguem têm como unidade o país. Em relação aos destinos, consideram-se as dormidas totais registadas nos estabelecimentos hoteleiros e similares com origem na UE, incluindo o próprio país. Por sua vez, no que concerne aos segmentos de mercado, consideram-se as dormidas geradas nos estabelecimentos hoteleiros e similares da UE, incluindo no próprio país. Como se pode verificar nos quadros 2 e 4, os valores totais das dormidas são iguais para as duas ópticas de observação, destinos e segmentos de mercado (origens). Enquanto no quadro 2 (destinos) os registos de cada linha são declarados apenas por uma entidade, o próprio país, no quadro 4 (origens) cada um dos valores resulta do somatório das observações dos 15 Estados Membros relativamente a cada um dos países em causa.

Destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Alemanha	159.228.449	159.545.665	163.000.115	171.027.840	181.479.878	181.447.227
Áustria	63.591.071	61.840.981	61.898.487	62.462.103	63.117.096	64.038.822
Bélgica	9.735.472	10.341.682	10.743.585	11.162.329	11.810.426	11.806.209
Dinamarca	6.915.038	6.837.045	6.988.364	6.990.056	7.372.095	7.214.469
Espanha	145.681.075	152.189.507	162.802.081	211.592.893	206.793.304	208.455.734
Finlândia	10.311.448	10.703.064	11.149.374	11.378.773	11.683.547	11.815.417
França	126.681.322	132.323.210	139.238.771	155.668.569	162.899.518	165.239.560
Grécia	39.912.254	45.119.842	46.571.914	50.759.018	52.125.931	52.277.685
Holanda	16.063.054	18.527.000	21.721.699	23.365.000	24.001.714	23.318.000
Irlanda	14.360.463	14.861.215	16.035.239	17.570.922	18.767.000	20.223.193
Itália	182.035.654	178.269.752	183.102.496	187.299.079	201.170.603	206.015.103
Luxemburgo	883.222	937.099	971.706	1.016.400	1.022.544	1.028.169
Portugal	25.789.899	26.878.680	29.432.858	29.673.617	30.394.411	30.332.275
Reino Unido	112.782.394	118.204.070	104.524.376	116.586.884	163.640.883	159.251.128
Suécia	16.756.367	16.861.862	17.872.759	18.415.903	18.863.956	19.136.267
Total	930.727.182	953.440.674	976.053.824	1.074.969.386	1.155.142.906	1.161.599.258

Fonte: Eurostat (2004), dados tratados pelo autor

Quadro 2: Dormidas Registadas nos Estabelecimentos Hoteleiros e Similares na UE-15 com Origem na UE-15, por Estado Membro, 1996-2001

Entre 1996 e 2001, e em termos de posições relativas, verifica-se a ascensão da Espanha do 3.º para o 1.º lugar, o que implicou a descida de um lugar da Itália (de 1.º para 2.º) e da Alemanha (de 2.º para 3.º). Por sua vez, a Suécia desce 2 posições, de 9.º para 11.º, por troca com a Holanda (de 10.º para 9.º) e com a Irlanda (de 11.º para 10.º). Nos restantes casos, os países não registam alterações das suas posições relativas.

No período de 1996 a 2001, todos os destinos registaram um aumento do número de dormidas em estabelecimentos hoteleiros e similares com origem na UE, embora no caso da Áustria tenha sido inferior a 1% (ver quadro 3). Holanda, Espanha, Reino Unido¹⁵ e Irlanda obtiveram os crescimentos mais elevados do número de dormidas, superiores a 40%.

Destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Holanda	100,0	115,3	135,2	145,5	149,4	145,2
Espanha	100,0	104,5	111,8	145,2	141,9	143,1
Reino Unido	100,0	104,8	92,7	103,4	145,1	141,2
Irlanda	100,0	103,5	111,7	122,4	130,7	140,8
Grécia	100,0	113,0	116,7	127,2	130,6	131,0
França	100,0	104,5	109,9	122,9	128,6	130,4
Bélgica	100,0	106,2	110,4	114,7	121,3	121,3
Portugal	100,0	104,2	114,1	115,1	117,9	117,6
Luxemburgo	100,0	106,1	110,0	115,1	115,8	116,4
Finlândia	100,0	103,8	108,1	110,4	113,3	114,6
Suécia	100,0	100,6	106,7	109,9	112,6	114,2
Alemanha	100,0	100,2	102,4	107,4	114,0	114,0
Itália	100,0	97,9	100,6	102,9	110,5	113,2
Dinamarca	100,0	98,9	101,1	101,1	106,6	104,3
Áustria	100,0	97,2	97,3	98,2	99,3	100,7
Total	100,0	102,4	104,9	115,5	124,1	124,8

Fonte: Eurostat (2004), dados tratados pelo autor

Quadro 3: Crescimento das Dormidas Registadas nos Estabelecimentos Hoteleiros e Similares na UE-15 com Origem na UE-15, por Estado Membro, 1996-2001

Em termos de origens (segmentos de mercado), de 1996 para 2001, não ocorrem trocas de lugares entre os 10 principais segmentos de mercado e no último lugar (ocupado, naturalmente, pelo Luxemburgo), conforme quadro 4. Nos restantes quatro casos, verificam-se as subidas da Irlanda (de 14.º para 12.º) e de Portugal (de 12.º para 11.º) e as descidas da Finlândia (de 11.º para 13.º) e da Dinamarca (de 13.º para 14.º).

Segmento de Mercado	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Alemanha	283.136.474	280.034.013	281.528.057	310.301.196	315.446.487	311.547.127
Áustria	28.400.444	28.694.177	31.542.032	29.346.517	29.993.945	30.408.642
Bélgica	21.609.497	22.206.229	22.873.942	25.194.337	25.504.284	25.048.866
Dinamarca	10.644.266	10.992.682	11.391.470	12.380.206	12.501.837	12.255.873
Espanha	68.178.436	72.035.517	78.363.302	93.103.675	96.610.123	98.756.646
Finlândia	12.204.803	12.531.459	13.036.860	13.515.636	13.732.373	13.816.064
França	115.440.480	116.867.991	121.900.677	135.311.620	142.974.108	145.778.113
Grécia	14.174.909	15.654.207	14.932.791	15.607.219	16.991.749	17.131.012
Holanda	31.659.612	34.669.200	34.971.747	41.370.049	43.347.318	42.559.460

¹⁵ A série referente ao Reino Unido denota uma volatilidade excessivamente elevada, a qual poderá, tão só, revelar debilidades do seu sistema estatístico nesta área. As estatísticas oficiais não são infalíveis pelo que não estão isentas de erros, o que poderá ser o caso.

Irlanda	8.595.101	8.486.872	10.043.532	11.221.607	12.021.814	13.887.048
Itália	143.039.351	144.276.079	150.058.541	154.451.135	162.586.515	164.813.738
Luxemburgo	1.451.774	1.458.011	1.514.669	1.646.472	1.682.762	1.657.143
Portugal	10.982.094	11.591.476	12.452.147	13.347.943	13.942.198	14.026.455
Reino Unido	156.258.021	168.740.107	164.831.067	189.913.038	238.049.104	240.332.539
Suécia	24.951.920	25.202.654	26.612.990	28.258.736	29.758.289	29.580.532
Total	930.727.182	953.440.674	976.053.824	1.074.969.386	1.155.142.906	1.161.599.258

Fonte: Eurostat (2004), dados tratados pelo autor

Quadro 4: Dormidas Geradas pela UE-15 nos Estabelecimentos Hoteleiros e Similares na UE-15, por Estado Membro, 1996-2001

Igualmente no período de 1996 a 2001, todos os segmentos de mercado registraram um aumento do número de dormidas geradas nos estabelecimentos hoteleiros e similares na UE (ver quadro 5). Irlanda (com 61,6%), Reino Unido (com 53,8%), Espanha (com 44,9%) e Holanda (com 34,4%) revelaram-se os países mais dinâmicos, tal como já tinha sido verificado enquanto destinos.

Em termos globais, entre 1996 e 2001, o número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros e similares na UE geradas pelos Estados Membros cresceu 24,8%, a que corresponde uma taxa de crescimento médio anual de 4,53%. No mesmo período, o PIB da UE registou uma taxa de crescimento médio anual de 2,66%¹⁶, o que significa que o dinamismo nos estabelecimentos hoteleiros e similares foi superior ao da restante economia.

Segmento de Mercado	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Irlanda	100,0	98,7	116,9	130,6	139,9	161,6
Reino Unido	100,0	108,0	105,5	121,5	152,3	153,8
Espanha	100,0	105,7	114,9	136,6	141,7	144,9
Holanda	100,0	109,5	110,5	130,7	136,9	134,4
Portugal	100,0	105,5	113,4	121,5	127,0	127,7
França	100,0	101,2	105,6	117,2	123,9	126,3
Grécia	100,0	110,4	105,3	110,1	119,9	120,9
Suécia	100,0	101,0	106,7	113,3	119,3	118,6
Bélgica	100,0	102,8	105,9	116,6	118,0	115,9
Itália	100,0	100,9	104,9	108,0	113,7	115,2
Dinamarca	100,0	103,3	107,0	116,3	117,5	115,1
Luxemburgo	100,0	100,4	104,3	113,4	115,9	114,1
Finlândia	100,0	102,7	106,8	110,7	112,5	113,2
Alemanha	100,0	98,9	99,4	109,6	111,4	110,0
Áustria	100,0	101,0	111,1	103,3	105,6	107,1
Total	100,0	102,4	104,9	115,5	124,1	124,8

Fonte: Eurostat (2004), dados tratados pelo autor

¹⁶ Taxa de crescimento anual do PIB da UE: 1997/96: 2,5%; 1998/97: 2,9%; 1999/98: 2,8%; 2000/99: 3,5%; 2001/00: 1,6% (Eurostat, 2004). Taxa de crescimento anual das dormidas em estabelecimentos hoteleiros e similares na UE geradas por Estados Membros: 1997/96: 2,4%; 1998/97: 2,4%; 1999/98: 10,1%; 2000/99: 7,5%; 2001/00: 0,6% (Eurostat, 2004).

Quadro 5: Crescimento das Dormidas Geradas pela UE nos Estabelecimentos Hoteleiros e Similares na UE, por Estado Membro, 1996-2001

Os valores apresentados nos quadros 6 e 10 são referentes ao índice de dormidas (ID) *per capita*, por país receptor (destino) e por país emissor (segmento de mercado), calculado nos termos definidos no ponto 3.

A análise da tendência do coeficiente de variação¹⁷ do ID por país receptor permite concluir que no período em análise se assistiu a uma redução da dispersão relativa dos desempenhos dos destinos.

$$CV = 2406,49 - 1,17 \text{ Ano} \quad R^2 = 0,846 \quad F = 22,05 \quad p = 0,009$$

Através da comparação dos valores dos quadros 2 e 6, constata-se alterações das posições relativas ocupadas pelos vários países, consoante se considere as dormidas totais ou o índice de dormidas, as quais se encontram expressas no quadro 7, para os anos de 1996 e 2001. A escolha dos anos extremos da série (1996 e 2001) visa objectivos meramente ilustrativos. O quadro 7 inclui, ainda, as variáveis população e território, igualmente expressas em termos de posição relativa (escala ordinal).

A opção da construção do quadro 7 com valores das posições relativas decorre das variáveis em causa estarem expressas em diferentes unidades, o que dificulta a ilustração pretendida. Alemanha e Irlanda protagonizam as maiores mudanças nas posições relativas das variáveis dormidas totais e índice de dormidas. No caso da Alemanha, o lugar cimeiro das dormidas totais cai abruptamente em termos de índice de dormidas, o que traduz que a primeira situação é fruto, essencialmente, da dimensão do destino. No caso da Irlanda ocorre a situação oposta, a pequena dimensão do destino faz com que o lugar cimeiro alcançado no índice de dormidas não tenha idêntica expressão ao nível das dormidas totais.

Destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Alemanha	77,8	76,2	76,2	72,8	72,0	71,8
Áustria	315,6	300,3	294,0	269,8	253,9	256,6
Bélgica	38,3	39,8	40,4	38,2	37,6	37,4
Dinamarca	52,5	50,8	50,6	45,9	45,1	43,9
Espanha	148,6	151,7	158,5	186,9	169,6	169,1
Finlândia	81,2	81,7	83,1	77,0	73,6	74,2
França	87,4	89,2	91,6	92,9	90,4	91,1
Grécia	153,0	168,5	169,9	168,4	161,0	161,2
Holanda	42,0	46,6	53,2	51,8	49,3	47,5
Irlanda	162,6	159,4	166,5	164,2	162,0	172,0
Itália	126,0	121,5	122,0	113,5	113,7	115,9
Luxemburgo	86,6	87,8	88,0	82,7	76,5	76,1
Portugal	113,6	104,6	111,7	102,1	97,1	96,2
Reino Unido	76,4	78,6	67,8	68,5	89,5	86,6
Suécia	74,2	74,7	77,5	72,6	69,4	70,1

¹⁷ O coeficiente de variação (CV) é uma medida estatística de dispersão relativa, expressa em percentagem, que relaciona o desvio padrão (s)

com a média (X) de uma determinada distribuição de dados. $CV = \left(\frac{s}{X} \right) \times 100\%$.

Coefic. de Variação	63,5	60,9	59,6	59,6	56,7	57,8
----------------------------	------	------	------	------	------	------

Fonte: Eurostat (2004), dados tratados pelo autor

Quadro 6: Desempenho dos Destinos – Índice de Dormidas *per capita*, 1996-2001

Destino	Dormidas Totais 1996	Índice de Dormidas 1996	Dormidas Totais 2001	Índice de Dormidas 2001	População 1996 e 2001	Território
Alemanha	2	10	3	11	1	4
Áustria	6	1	6	1	11	10
Bélgica	13	15	13	15	8	14
Dinamarca	14	13	14	14	12	12
Espanha	3	4	1	3	5	2
Finlândia	12	9	12	10	13	5
França	4	7	4	7	3	1
Grécia	7	3	7	4	7	8
Holanda	10	14	9	13	6	13
Irlanda	11	2	10	2	14	11
Itália	1	5	2	5	4	6
Luxemburgo	15	8	15	9	15	15
Portugal	8	6	8	6	9	9
Reino Unido	5	11	5	8	2	7
Suécia	9	12	11	12	10	3

Fonte: Eurostat (2004), dados tratados pelo autor

Quadro 7: Posições Relativas dos Destinos, 1996 e 2001

Com o objectivo de proceder a uma análise mais rigorosa das relações entre as variáveis dormidas totais, índice de dormidas, população e território recorre-se ao estudo da correlação, ano a ano, entre os respectivos valores absolutos, através do coeficiente de Fischer¹⁸ (ver quadro 8). Os resultados obtidos comprovam a inexistência de correlações estatisticamente significativas, para $\alpha=0,05$, entre dormidas totais e índice de dormidas. A opção em utilizar a variável índice de dormidas como *proxy* do desempenho alicerça-se no facto de, contrariamente à variável dormidas totais, não se apresentar correlacionada com as variáveis população e território. A análise da correlação das posições relativas das variáveis, através do coeficiente de Spearman¹⁹, conduz a resultados idênticos.

Dormidas Totais	Índice de Dormidas			População			Território		
	Ano	r	p	Ano	r	P	Ano	r	p
	1996	0,163	0,561	1996	0,915	0,000	1996	0,645	0,009
	1997	0,158	0,575	1997	0,917	0,000	1997	0,656	0,008
	1998	0,154	0,584	1998	0,903	0,000	1998	0,674	0,006

¹⁸ Medida mais adequada para estudar a associação entre variáveis quantitativas (Berenson e Levine, 1986).

¹⁹ Medida mais adequada para estudar a associação entre variáveis em escala ordinal (Berenson e Levine, 1986).

CITIES IN COMPETITION

	1999	0,240	0,422	1999	0,874	0,000	1999	0,702	0,004
	2000	0,224	0,422	2000	0,910	0,000	2000	0,671	0,006
	2001	0,218	0,435	2001	0,908	0,000	2001	0,675	0,006
	Índice de Dormidas			Ano	r	P	Ano	r	p
				1996	-0,131	0,643	1996	-0,047	0,868
				1997	-0,133	0,637	1997	-0,036	0,899
				1998	-0,154	0,583	1998	-0,029	0,919
				1999	-0,113	0,689	1999	0,049	0,862
				2000	-0,069	0,808	2000	0,041	0,885
				2001	-0,077	0,785	2001	0,036	0,897

Quadro 8: Destinos - Correlações entre Dormidas Totais, Índice de Dormidas, População e Território, 1996 e 2001

Embora se trate de uma série com apenas seis registos, a análise da tendência do desempenho do destino, medido pelo índice de dormidas, permite identificar através do modelo de regressão linear simples ($ID = a + b T$), para $\alpha=0,05$, sete situações de quebra de desempenho. Nos restantes oito casos não é possível detectar o sinal da tendência (ver quadro 9). Por ordem decrescente do valor absoluto de b (declive da tendência que indica a variação média anual do indicador de desempenho no período em análise), Áustria, Portugal, Luxemburgo, Itália, Finlândia, Dinamarca e Alemanha são os países que revelam uma tendência de redução no desempenho registado.

Destino	b	r ²	p
Alemanha	-1,318	0,914	(*)0,003
Áustria	-13,100	0,941	(*)0,001
Bélgica	-0,376	0,328	0,234
Dinamarca	-1,853	0,932	(*)0,002
Espanha	5,280	0,486	0,123
Finlândia	-1,868	0,736	(*)0,029
França	0,659	0,266	0,169
Grécia	0,476	0,019	0,796
Holanda	0,974	0,206	0,366
Irlanda	1,506	0,411	0,170
Itália	-2,357	0,736	(*)0,029
Luxemburgo	-2,615	0,798	(*)0,017
Portugal	-3,397	0,768	(*)0,022
Reino Unido	2,403	0,253	0,320
Suécia	-1,184	0,533	0,099

(*) $p < 0,05$, significa que o valor estimado para b é diferente de zero

Quadro 9: Análise da Tendência do Desempenho dos Destinos, 1996-2001

Os quadros 10 a 13 apoiam a realização de uma análise para os segmentos de mercado (origens) análoga à apresentada para os destinos, que teve como referência os quadros 6 a 9.

Contrariamente ao verificado para os destinos, a análise da evolução do coeficiente de variação não permite detectar, para o período em análise, qualquer tipo de tendência (crescimento ou decrescimento) na dispersão relativa dos desempenhos dos segmentos de mercado.

$$CV = 924,40 - 0,46 \text{ Ano} \quad R^2 = 0,596 \quad F = 5,89 \quad p = 0,072$$

Segmento de Mercado	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Alemanha	138,3	133,8	131,6	132,0	125,1	123,2
Áustria	141,0	139,3	149,8	126,8	120,6	121,8
Bélgica	84,9	85,5	86,1	86,1	81,2	79,4
Dinamarca	80,8	81,6	82,5	81,3	76,4	74,6
Espanha	69,5	71,8	76,3	82,2	79,2	80,1
Finlândia	96,1	95,6	97,1	91,4	86,5	86,8
França	79,7	78,8	80,2	80,8	79,3	80,4
Grécia	54,3	58,5	54,5	51,8	52,5	52,8
Holanda	82,7	87,2	85,7	91,6	89,1	86,6
Irlanda	97,3	91,0	104,3	104,9	103,7	118,1
Itália	99,0	98,4	100,0	93,6	91,9	92,7
Luxemburgo	142,4	136,5	137,1	133,9	125,9	122,7
Portugal	48,4	45,1	47,2	45,9	44,6	44,5
Reino Unido	105,8	112,2	107,0	111,6	130,1	130,6
Suécia	110,5	111,6	115,4	111,4	109,4	108,4
Coefic. de Variação	30,4	29,1	29,6	27,4	28,0	28,3

Fonte: Eurostat (2004), dados tratados pelo autor

Quadro 10: Desempenho dos Segmentos de Mercado – Índice de Dormidas per capita, 1996-2001

Comparativamente com os destinos, a dispersão relativa do desempenho dos segmentos de mercado situa-se a níveis substancialmente inferiores. Por exemplo, em 2001, o valor do coeficiente de variação é de 28,3% para os segmentos de mercado e de 57,8% para os destinos (ver quadro 6). Este resultado significa que no espaço da UE os fluxos turísticos são, predominantemente, convergentes, o que se traduz numa maior concentração à chegada (destino) do que à partida (origem/segmento de mercado). Entre os vários Estados Membros existem maiores diferenças enquanto receptores (oferta) do que enquanto emissores de fluxos turísticos (procura). Ou seja, está-se em presença de uma situação de especialização da oferta, processo que ocorre nos vários sectores da actividade económica.

Tal como em relação aos destinos, os registos das dormidas totais (ver quadro 4) e do índice de dormidas (ver quadro 10) dos segmentos de mercado revelam fortes dissonâncias em termos de posições relativas, conforme se pode verificar no quadro 11.

Destino	Dormidas Totais 1996	Índice de Dormidas 1996	Dormidas Totais 2001	Índice de Dormidas 2001	População 1996 e 2001	Território
Alemanha	1	3	1	2	1	4

CITIES IN COMPETITION

Áustria	7	2	7	4	11	10
Bélgica	9	9	9	12	8	14
Dinamarca	13	11	14	13	12	12
Espanha	5	13	5	11	5	2
Finlândia	11	8	13	8	13	5
França	4	12	4	10	3	1
Grécia	10	14	10	14	7	8
Holanda	6	10	6	9	6	13
Irlanda	14	7	12	5	14	11
Itália	3	6	3	7	4	6
Luxemburgo	15	1	15	3	15	15
Portugal	12	15	11	15	9	9
Reino Unido	2	5	2	1	2	7
Suécia	8	4	8	6	10	3

Fonte: Eurostat (2004), dados tratados pelo autor

Quadro 11: Posições Relativas dos Segmentos de Mercado, 1996 e 2001

A análise da correlação entre os valores absolutos das variáveis mostra que, mais uma vez, para $\alpha=0,05$, não existe uma relação estatisticamente significativa entre dormidas totais e índice de dormidas (ver quadro 12). Tal como para os destinos, a variável índice de dormidas não apresenta correlações estatisticamente significativas com as variáveis população e território. Por sua vez, a variável dormidas totais só se apresenta correlacionada com a população, o que significa que a dimensão do território só tem capacidade para explicar chegadas (dormidas totais nos destinos) e não partidas (dormidas geradas pelas origens). Em síntese, os resultados obtidos reforçam a opção de utilizar a variável índice de dormidas como *proxy* do desempenho.

Dormidas Totais	Índice de Dormidas			População			Território		
	Ano	r	p	Ano	r	p	Ano	R	p
	1996	0,328	0,233	1996	0,959	0,000	1996	0,488	0,065
	1997	0,339	0,217	1997	0,964	0,000	1997	0,487	0,066
	1998	0,260	0,350	1998	0,968	0,000	1998	0,503	0,056
	1999	0,337	0,219	1999	0,969	0,000	1999	0,506	0,054
	2000	0,424	0,115	2000	0,967	0,000	2000	0,487	0,065
	2001	0,398	0,141	2001	0,969	0,000	2001	0,493	0,062
	Índice de Domidas			Ano	R	P	Ano	R	P
				1996	0,159	0,572	1996	-0,050	0,859
				1997	0,177	0,528	1997	-0,036	0,898
				1998	0,106	0,708	1998	-0,044	0,877
				1999	0,192	0,493	1999	-0,005	0,985
				2000	0,269	0,332	2000	0,011	0,969
				2001	0,247	0,376	2001	0,008	0,978

Quadro 12: Segmentos de Mercado - Correlações entre Dormidas Totais, Índice de Dormidas, População e Território, 1996 e 2001

Finalmente, a análise da tendência do desempenho dos segmentos de mercado, medido pelo índice de dormidas, permite identificar através do modelo de regressão linear simples ($ID = a + b T$), para $\alpha=0,05$, quatro situações

de redução e três situações de aumento do desempenho. Nos restantes oito casos não é possível detectar o sinal da tendência. Por ordem decrescente do valor absoluto de b (declive da tendência que indica a variação média anual do indicador de desempenho no período em análise), Luxemburgo, Alemanha, Finlândia e Itália são os países que revelam uma tendência decrescente no desempenho. Reino Unido, Irlanda e Espanha, igualmente por ordem decrescente do valor absoluto de b , são os países que apresentam uma tendência crescente no desempenho.

Destino	b	r^2	p
Alemanha	-2,891	0,929	(*)0,002
Áustria	-5,003	0,523	0,062
Bélgica	-1,154	0,572	0,082
Dinamarca	-1,366	0,628	0,060
Espanha	2,317	0,759	(*)0,024
Finlândia	-2,271	0,799	(*)0,016
França	0,160	0,163	0,428
Grécia	-0,806	0,390	0,185
Holanda	0,889	0,302	0,259
Irlanda	4,077	0,710	(*)0,035
Itália	-1,640	0,733	(*)0,029
Luxemburgo	-3,814	0,927	(*)0,002
Portugal	-0,637	0,582	0,078
Reino Unido	5,209	0,753	(*)0,025
Suécia	-0,603	0,217	0,352

(*) $p < 0,05$, significa que o valor estimado para b é diferente de zero.

Quadro 13: Análise da Tendência do Desempenho dos Segmentos de Mercado, 1996-2001

7. CONCLUSÕES

O índice de dormidas *per capita* revelou-se uma *proxy* do desempenho que não depende da dimensão do objecto, o que ficou atestado pela inexistência de correlação com o número de habitantes e com a extensão do território dos respectivos países, quer como destinos, quer como origens. Idêntica situação não ocorre com o número absoluto de dormidas, o qual tem sido utilizado em estudos anteriores para avaliação do desempenho de destinos, nomeadamente os que utilizam a análise de *portfolio* como instrumento de pesquisa. Foi igualmente possível verificar a inexistência de correlação entre o índice de dormidas *per capita* e as dormidas totais.

Conclusões associadas ao Objectivo 1. No período em análise, Irlanda, Reino Unido, Espanha e Holanda revelaram-se os países mais dinâmicos no crescimento das dormidas, tanto como origens como destinos. As posições relativas sofreram pequenas alterações. Em termos absolutos, a Espanha assumiu a liderança ao nível dos destinos, enquanto ao nível das origens não se registou qualquer alteração no TOP 10, liderado pela Alemanha e pelo Reino Unido. Relativamente ao índice de dormidas *per capita*, Áustria e Irlanda lideram enquanto destinos e Reino Unido e Alemanha enquanto origens.

Conclusões associadas ao Objectivo 2. A dispersão relativa dos desempenhos dos destinos apresentou uma tendência decrescente, o que significa que, em termos gerais, ter-se-á assistido a uma maior disseminação da actividade turística no espaço da União Europeia. Ao nível das origens não foi possível detectar o sentido da tendência.

Conclusões associadas ao Objectivo 3. A concentração dos fluxos é maior à chegada (destinos) do que à partida (origens), podendo-se classificar como convergentes. Apesar da já referida maior disseminação da actividade turística, continua-se em presença de uma especialização pelo lado da oferta.

Conclusões associadas ao Objectivo 4. Áustria, Portugal, Luxemburgo, Itália, Finlândia, Dinamarca e Alemanha são os destinos que revelam uma tendência de redução no desempenho. Ao nível das origens, verificam-se situações de sinais opostos. Enquanto Luxemburgo, Alemanha, Finlândia e Itália apresentam uma tendência decrescente, Reino Unido, Irlanda e Espanha denotam sinais de crescimento.

BIBLIOGRAFIA

- Aguas, P., Veiga, C., Santos, A. e Nunes, C. (1998): “Estudo de Opinião sobre o Grau de Satisfação dos Turistas Residentes no Reino Unido, Alemanha, Holanda – Relatório Final – Algarve – Via Aérea – Abril/Maio e Julho/Agosto”, Universidade do Algarve – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, não publicado.
- Berenson, M. e Levine, D. (1986): “*Basic Business Statistics: concepts and applications*”, 3rd ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs – NJ – USA,
- Calantone, R. e Mazanec, J. (1991): “Marketing Management and Tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 18 (1), pp.101-119.
- Conselho Europeu (1995): “Directiva Comunitária 95/57/CE do Conselho, de 23 de Novembro de 1995, relativa à recolha de informações estatísticas no sector de turismo”, JO L 291 de 6.12.1995, p.32.
- Eurostat (2004): “NewCronos”, disponível em http://europa.eu.int/comm/newcronos/reference/display.do?screen=welcomeref&open=/&product=EU_MAIN_TREE&depth=1&lang=en, 29/11/04.
- Henshall, B. e Roberts, R. (1985): “Comparative Assessment of Tourist Generating Markets for New Zealand”, *Annals of Tourism Research*, Vol 12 (2), pp. 219-238.
- INE – Instituto Nacional de Estatística (2002): “*Estatísticas do Turismo*”, INE, Lisboa.
- Loker, L. e Perdue, R. (1992): “A Benefit-Based Segmentation of a Nonresident Summer Travel Market”, *Journal of Travel Research*, Vol 31(1), pp. 30-35.
- Mazanec, J. (1986a): “Allocating an Advertising Budget to International Travel Markets”, *Annals of Tourism Research*, Vol 13(4), pp. 609-634.
- Mazanec, J. (1986b): “How to Evaluate a Travel Market. Econometric Modeling vs. Multi-Attribute Decision Making with Management Estimates”, *Centre des Hautes Études Touristiques - Série C*, nº 48.
- Mazanec, J. (1995): “Análise da Posição Estratégica de Cidades Turísticas: Um Estudo para Lisboa”, *Revista Portuguesa de Gestão*, nº II/III, pp. 83-94.
- Mckercher, B. (1995): “The Destination-Market Matrix: A Tourism Market Portfolio Analysis Model”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol 4 (2), pp. 23-40.
- Nevin, M. (1995): “A case study in policy success: the development of the Irish tourism industry since 1985”, *Journal of Vacation Marketing*, Vol 1(4), pp. 363-375.
- Papadopoulos, S. (1989): “A Conceptual Tourism Marketing Planning Model: Part 1”, *European Journal of Marketing*, Vol 23(1), pp. 31-40.
- Perdue, R. (1996): “Target Market Selection and Marketing Strategy: The Colorado Downhill Skiing Industry”, *Journal of Travel Research*, Vol 34 (4), pp. 39-46.
- Rita, P. (1996): “Tourex. Desenvolvimento de um Sistema Pericial para Marketing Turístico”, *Revista Portuguesa de Marketing*, Vol 1(2), pp. 11-27.
- Sarabia, F. (1996): “Model for market segments evaluation and selection”, *European Journal of Marketing*, Vol 30(4), pp. 58-74.
- Simkin, L. e Dibb, S. (1998): “Prioritising target markets”, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 16(7), pp. 407-417.
- Taylor, L., Allardyce, M. e Macpherson, N. (1992): “Determining marketing strategies for organizations targeting the European tourist to Scotland”, *Tourism Management*, Vol 13(1), pp. 50-55.
- WTO – World Tourism Organization (2003a): “*Facts & Figures*”, disponível em <http://www.world-tourism.org>, 20/10/03.
- WTO – World Tourism Organization, (2003b): “*Tourism Highlights edition 2003*”, disponível em <http://www.world-tourism.org>, 20/10/03.
- Zins, A. (1999): “Destination Portfolios Using a European Vacation Style Typology”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol 8 (1), pp. 1 -23.
- Wynegar, D. (1994): “Estimating the Potential of International Markets”, in *Travel, Tourism and Hospitality Research*, eds. Ritchie e Goeldner, John Wiley & Sons, New York, pp. 597-606.